

Semiótica de la comunicación de masas

Grado en Periodismo. Obligatoria. 6 créditos ECTS

TEMA 6

VOCES PROPIAS Y AJENAS EN EL TEXTO: INTERTEXTUALIDAD

Como ya vimos al analizar qué entendemos por texto en el campo de la semiótica, siguiendo a Peñamarín (1997), los textos son hechos sociales y culturales que forman parte de redes de textos. Es decir, cada libro, noticia, canción o película nos hablan desde un momento histórico y social con el que se relacionan (pero que no tiene que ser necesariamente el nuestro, lo que a menudo plantea problemas de interpretación). Un elemento central de ese encuadre de cada texto en un momento y lugar es los otros textos a los que hace referencia. Nuestra forma de vivir nuestro momento se compone de experiencias, pero también de las referencias culturales y mediáticas. Somos no sólo lo que hacemos y experimentamos, sino también las canciones que oímos, las películas que vemos, los video que compartimos y las noticias que leemos. Por eso una característica de todo texto es la intertextualidad, es decir, la referencia (explícita o implícita) a otros textos.

A modo de ejemplo, pensemos en la escena de *Matrix* (Andy y Larry Wachowski, 1990) en la que Morfeo explica a Neo que la realidad que él conoce no existe, sino que es una ilusión creada por las máquinas para mantener el control social. Todos los que hemos estudiado la filosofía de Platón en el instituto encontraremos ciertos ecos del mito de la caverna en esta narración. A pesar de que no hay una marca explícita en la película, es difícil sustraerse a la comparación. Como casi todos los textos contemporáneos, *Matrix* reelabora ideas y textos anteriores en una amalgama de tecnología, épica, zen, cine de karatekas y ciencia ficción. Quienes conozcan bien esos géneros referidos seguro que son capaces de encontrar múltiples referencias a películas señeras, a modo de guiño de los directores a los espectadores cuyos gustos se asemejan más a los suyos y a manera de homenaje a las películas y directores que les gustan y les inspiran.

Con las noticias la relación intertextual es también clara. Toda noticia forma parte de una serie, actualiza informaciones ya publicadas. A veces el propio medio hace explícita esa relación entre textos (“como ayer informó en primicia Tele 5”, “ver El País, 27 de diciembre de 2015”) pero la mayoría de las veces no sucede así. Lector o espectadores se enfrentan a la noticia con un bagaje de conocimientos y referencias que han obtenido de otras noticias. No lee una

información sobre la red Gurtel y la corrupción en España una persona que descubre el tema por primera vez que otra que lleva meses leyendo noticias relacionadas y que es capaz de saber quiénes eran Correa y “el bigotes” y qué pasó con los trajes de Francisco Camps.

Las relaciones intertextuales pueden ser de varios tipos y no existe una clasificación aceptada unánimemente en el campo de la semiótica. Con el fin de simplificar, trabajaremos básicamente sobre **tres tipos de relaciones** entre textos:

- Intertextualidad: este es el nombre que Roland Genette (1989) toma de Julia Kristeva para describir las relaciones entre textos caracterizados por la copresencia, es decir, por existir a la vez en el mismo espacio. La cita, que es la práctica de insertar un fragmento de un texto ajeno en el propio, es la relación intertextual más obvia. Pero también la alusión, que es una relación no explícita entre textos. Y no podemos olvidarnos del plagio: en este caso, los dos textos están tan presentes a la vez que uno se hace pasar por otro, como veremos más adelante en detalle.
- Architextualidad: los géneros son conjuntos de textos que comparten características comunes. Cuando decimos que una película es un western o que una canción es hiphop estamos aludiendo a elementos básicos que todos los textos del género comparten: en el western, esperamos ver hombres a caballo y con pistolas que corren aventuras en montañas y desiertos. En el hiphop, entendemos que se refiere a textos rapeados y no cantados y a músicas producidas y no tocadas en directo. En la cultura de masas, los géneros son las guías fundamentales que orientan nuestra experiencia mediática.
- Hipertextualidad: aunque asociamos esta expresión a internet, la idea de hipertexto es anterior a la web. Remite a textos que reelaboran otros que existían anteriormente; la escena de Matrix a la que me refería al principio es un buen ejemplo. Otro, posiblemente más obvio, son los remakes de películas o las versiones de canciones: el nuevo texto reelabora el inicial, transformándolo en diferente grado en función de los intereses del versionador.

Identificación y distancia

La relación entre dos textos no es casual: existe un autor que decide usar textos anteriores e insertarlos de una manera u otra en el suyo propio. Un músico puede decidir crear una canción de diferentes modos: puede intentar producir una obra original u optar porque encaje claramente en un género, puede decidir hacer una referencia a otra canción o simplemente hacer una versión. Pero, en cualquier caso, tiene que decidir cuál es su actitud ante el material preexistente que utiliza. Si soy un fan del heavy metal, probablemente toda referencia al género será a modo de homenaje. Pero si el heavy metal me parece excesivo y sin sentido, lo más probable es que las referencias a este género tengan un matiz irónico.

No podemos olvidar que el texto está hecho para comunicar (Peñamarín, 1997), de modo que se orienta siempre hacia un interlocutor. Como explicó el lingüista ruso Mijail Bajtin, nuestra palabra “está orientada directamente hacia la futura palabra-respuesta: provoca su respuesta, la anticipa y se construye orientada a ella. Formándose en la atmósfera de lo que se ha dicho anteriormente, la palabra viene determinada, a su vez, por lo que todavía no se ha dicho pero que viene ya forzado y previsto por la palabra de la respuesta” (Bajtin: 1989, 97)

Simplificando de nuevo, para Bajtin una relación entre textos (que es una relación entre puntos de vista sobre el mundo) se articula en un eje entre identificación y distancia. Cuando las intenciones del nuevo autor son convergentes con la del anterior, se producen hibridaciones: apreciamos en el texto dos maneras de hablar, dos intenciones y dos puntos de vista en un único texto, en el que uno de los lenguajes ilumina y actualiza al otro. Si, por el contrario, un lenguaje busca “la destrucción y enmascaramiento del otro” estamos ante los fenómenos de la ironía y la parodia, en el que se usan textos ajenos con la intención de marcar posiciones divergentes para con la obra o el autor anteriores (Bajtin: 1989, 97)

Volveremos con más detalle sobre cada uno de estos temas. A modo de conclusión, las dos ideas básicas que necesitamos relacionar para entender la intertextualidad son:

- a) las formas en que los textos se entretejen y relacionan unos con otros
- b) las actitudes del enunciador hacia los textos a los que refiere y sus contextos

Referencias

Bajtin, Mijail (1989) *Teoría y estética de la novela*. Taurus. Madrid

Genette, Roland (1989) *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Taurus. Madrid

Peñamarín, Cristina (1997) "El análisis de textos en una nueva clave" *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 3, pp. 145-166

INTERTEXTUALIDAD: los géneros

El concepto de género está fuertemente enraizado en la tradición literaria. En principio, estos eran concebidos como producto de “las actitudes “fundamentales” o “naturales” con las que el artista se enfrenta a la realidad” (Castañares, 1995: 3), correspondiéndose de este modo con categorías lógicas que permitían establecer taxonomías a la manera de las clasificaciones de las especies botánicas, en función de ciertas semejanzas y diferencias. Más adelante, la introducción de la perspectiva histórica demostró que los géneros “no eran más que modalidades diversas de expresión inevitablemente ligadas a las circunstancias culturales” (Castañares, 1995: 5), con lo que la posibilidad de establecer una clasificación de los géneros basada en las lógicas de inclusión ha sido abandonada.

La perspectiva discursiva que Bajtin comienza a introducir en los estudios sobre el lenguaje y la literatura contribuyeron a definir los géneros de otra manera, a partir de la idea central de la inevitable ligazón entre los distintos usos de la lengua y las diversas formas de actividad humana. Para Bajtin, los géneros se constituyen como tipos de enunciados directamente relacionados con ciertas esferas del uso de la lengua, de modo que “si no tuviéramos los géneros discursivos y si no los domináramos, si tuviéramos que irlos creando cada vez dentro del proceso discursivo, libremente y por primera vez cada enunciado, la comunicación discursiva hubiera sido casi imposible” (en Castañares, 1995: 8).

Tanto Castañares (1995: 12) como Burgelin (1972: 83) insisten en que la aparición de nuevos textos y su adscripción a un género u otro hace cambiar la propia concepción del género; en tanto todo texto arrastra con él una red de textos con los que se relaciona, incluir un nuevo texto dentro del género supone, en cierta medida, ampliar el alcance intertextual del género.

El mundo posible que configura cada género funciona a dos niveles, bien como modelo de producción para el enunciador, bien como pauta de interpretación para el destinatario. En cuanto modelo de escritura, la tensión entre las fuerzas de innovación

Semiótica de la comunicación de masas

Grado en Periodismo. Obligatoria. 6 créditos ECTS

y convención caracterizan dos modos bien distintos de entender la producción textual. Para la alta cultura, la obra de arte tiene valor por su irrepetibilidad y su alejamiento de las convenciones. Para la cultura de masas, el contexto en el que tenemos que situar al rock, el valor superior es la “adecuación al género” (Castañares, 1995: 13). En términos de Todorov (cit. en Burgelin, 1972: 82), “la obra maestra de la literatura de masas es precisamente aquella que se inscribe mejor dentro de su género”.

En cuanto modelo de lectura, el género proporciona horizontes de expectativas, criterios para el reconocimiento y la comprensión (Castañares, 1995: 14). El género transmite al destinatario del texto indicaciones sobre qué reglas es pertinente activar para interpretar el texto y cuales es mejor dejar de lado. De este modo, al igual que sucede con el marco según Goffman, el lector o el oyente contribuye a definir la situación de comunicación para que esta tenga éxito.

Cómo funcionan los géneros. Un ejemplo desde la música popular

Simon Frith (1988, 1998, 2001) lleva años insistiendo en la necesidad de definir una teoría de los géneros musicales, basada en una descripción exhaustiva de ellos, para explicitar sus mecanismos comunicativos, pero aún no ha puesto manos a la obra. En el capítulo dedicado al tema de *Performing rites* (1998) ofrece una panorámica de las diferentes funciones de la clasificación de los géneros. La clasificación comercial –que responde a la clasificación retrospectiva mencionada anteriormente- es aparentemente la estructura más obvia, ya que estamos acostumbrados a entrar en tiendas que clasifican discos por géneros, a escuchar emisoras musicales que sólo programan cierto tipo de música, a leer publicaciones especializadas en este u otro estilo y a leer críticas en medios generalistas en las que las etiquetas sirven para situar a un disco en un universo cercano de referencias. Y a pesar de ello, es probable que para muchos de nosotros la experiencia de recorrer una a una cada estantería de la tienda, en busca de un disco de difícil clasificación, sea más o menos familiar. Y precisamente de esta experiencia se deduce que la clasificación por géneros no es tan sencilla como las etiquetas comerciales pretenden.

Semiótica de la comunicación de masas

Grado en Periodismo. Obligatoria. 6 créditos ECTS

Sin embargo, en esta operación de etiquetado comercial se movilizan dos dimensiones fundamentales a la hora de definir los géneros. “la primera cosa que se pregunta sobre una maqueta o un potencial fichaje es qué tipo de música es, y la importancia de la cuestión es que integra una pregunta sobre la música (a qué se parece ese sonido) con una cuestión sobre el mercado (quién lo va a comprar)” (Frith, 1998: 75) . Definir el género implica situar la definición en el menos dos niveles, el del propio material sonoro y el del público que se lo apropia.

Pero las convenciones de género contribuyen a organizar tanto el proceso de creación (se pide al batería un ritmo más funk, un bajo más reggae, un sentimiento de blues a las guitarras) como el proceso de escucha, ya que al enmarcar una canción en un género la situamos en un terreno en el que es posible la comparación con otras y de este modo su evaluación como una buena o mala canción de acuerdo al standard.

Un nuevo “mundo de género” se construye primero, y luego se articula, a través de complejas interacciones de músicos, oyentes e ideologías mediadoras, y este proceso es mucho más confuso que el proceso mercantil que le sigue, cuando toda la industria empieza a darle sentido a los nuevos sonidos y mercados y a explotar el mundo del género y los discursos del género en las rutinas ordinarias del marketing de masas (Frith, 1998: 88)

Más allá de la clasificación comercial, y retomando el género como situación comunicativa regida por una serie de expectativas con un significado concreto, creo que es importante considerar cada género como una propuesta ideológica que arrastra una concepción particular de la comunidad. Ruth Finnegan, (cit. en Frith, 1998: 89) en *The hidden musicians*, ha mostrado como tener un interés musical concreto, preferir uno u otro género, es implicarse en un conjunto de relaciones que dan significado a ese gusto. Preferir la opera al punk, o viceversa, es implicarse en una comunidad de gustos que define el consumidor ideal de cada tipo de música. Definición realizada en términos ideológicos, ya que cada género se define a si mismo en ciertos términos: arte, comunidad o emoción. Para Frith (2001: 432) “resulta posible analizar los géneros de la música popular de acuerdo al efecto que estos pretenden conseguir en el oyente”.

Semiótica de la comunicación de masas

Grado en Periodismo. Obligatoria. 6 créditos ECTS

Es necesario, por lo tanto, integrar los diferentes elementos de la canción (texto, uso de la voz, dimensión musical sonora) en un género concreto. Cada canción se define en comparación con otras de su género que funcionan a la manera de modelos ideales y, al mismo tiempo, cada género se define por oposición a otros (punk vs música sinfónica, country vs blues, rock independiente vs pop comercial). Franco Fabbri (1981) define el género como un conjunto de eventos musicales (reales o posibles) cuyo rumbo es gobernado por un conjunto definido de reglas socialmente aceptadas, reglas que pueden agruparse en cinco categorías: reglas formales y técnicas, reglas semióticas, reglas de comportamiento, reglas sociales e ideológicas; reglas jurídicas y comerciales. La gran virtud del modelo de Fabbri es su capacidad para conectar, a través del concepto de género, los aspectos sonoros con los aspectos sociales de la música. Y no es casualidad que en el centro de su lista figuren las reglas de comportamiento, pues, , es precisamente en el concierto donde la música se hace experiencia sinestésica, social y más tarde ideológica.

EJEMPLO: Análisis del spot del Festival de Jazz de San Francisco

<https://www.youtube.com/watch?v=32OaLNdRXgg>

El género musical, por lo tanto, enmarca la situación comunicativa, construye un destinatario ideal y se constituye como modelo de producción. Ahora bien, los mundos de sentido contruidos por la música no ocupan la totalidad del espacio social, sino que se relacionan con otros marcos cuya naturaleza no tiene por qué ser necesariamente textual. Esta interacción entre los géneros musicales y los marcos sociales permite sofisticados juegos comunicativos, como el realizado en el anuncio del *Festival de Jazz de San Francisco*. Relación que no es de mera coexistencia, sino de diálogo, de forma que los distintos marcos, en cuanto representaciones del mundo, se entrelazan en complejas relaciones, se unen a algunos, rechazan a otros, o se entrecruzan con los demás (Bajtin, 1989: 95)

Semiótica de la comunicación de masas

Grado en Periodismo. Obligatoria. 6 créditos ECTS

En el anuncio, la cámara va siguiendo a tres jóvenes, negros y latinos, que van en coche descapotable por las empinadas calles de San Francisco. En la radio suena jazz y ellos viajan en silencio y relajados. Mientras se acercan a un semáforo, uno de ellos, sin abandonar el tono relajado, avisa de la presencia de un peatón. Inmediatamente, el conductor cambia la emisora y empieza a sonar rap, al tiempo que los tres jóvenes cambian sus gestos y posturas para hacerlas más amenazantes. La narración se demora en el tiempo en que el semáforo tarda en cambiar para permitir el paso del coche, un joven blanco que mira aterrorizado a los tres negros del coche. Cuando el coche se pone en marcha, el que ocupa el asiento del pasajero vuelve la vista y avisa al conductor de que puede cambiar de nuevo, y los tres retoman sus posturas y gestos relajados al tiempo que vuelve a sonar jazz. El anuncio termina con la pantalla ocupada por el logotipo de Festival de Jazz de San Francisco, al tiempo que se puede leer “En esta época del año...”

El anuncio ilustra magníficamente las complejas relaciones entre los distintos elementos del género y entre este y su marco social. Al jazz le corresponde no sólo el sonido del piano y la atmósfera relajada, sino también una gestualidad en absoluto amenazadora. Al rap, sin embargo, además del predominio de la base rítmica y de la voz, que se expresa de forma airada y colérica, una gestualidad dura y amenazante. Incluso los dos géneros están íntimamente relacionados con dos experiencias completamente diferentes de la vida afroamericana o latina. Mientras que el jazz, a pesar de sus orígenes populares, se ha ido convirtiendo en una música culta y sofisticada, con el artista inmerso en la imagen romántica del genio musical, el rap aparece como la música de los habitantes del guetto, íntimamente relacionado con una experiencia de delincuencia y violencia. La música, en este anuncio, ofrece dos diferentes representaciones de la comunidad negra en tanto su relación con los blancos, la de los integrados (el jazz) y la de los marginales al sistema (el rap).

En el breve tiempo del anuncio podemos comprobar cómo el género se define en virtud de los distintos parámetros con los que Fabbri describe el género: las **reglas formales** implican tipos de instrumentación, usos de la voz, distintas formas de entender los elementos rítmicos (el piano y el plato del jazz, la voz y el uso del loop

Semiótica de la comunicación de masas

Grado en Periodismo. Obligatoria. 6 créditos ECTS

rítmico del rap). Las **reglas semióticas**, encaminadas a que “la música trabaje como retórica” (Frith, 1998:91), se relacionan con las posiciones sociales representadas en el hecho de elegir uno u otro género en tanto enunciador (al cambiar del jazz al rap me defino como un negro peligroso para los blancos). Las **reglas de comportamiento** están explicitadas en los cambios tanto de gesto como de postura que el cambio de música obliga a los jóvenes del coche, y engarzan directamente con los aspectos **sociales e ideológicos**, con la construcción de una representación determinada de la comunidad negra que a los ocupantes del coche les interesa transmitir frente a los blancos. El único conjunto de reglas no explicitadas en el anuncio son las **jurídicas y comerciales**, pero probablemente la forma de acceso a la música varíe notablemente la valoración que de ella se haga (un disco pirata o robado puede tener más prestigio al inscribirse en la ideología marginal del guetto)

Pero, a pesar de que el género cruce algunos aspectos de la realidad social, él mismo está inserto en un marco social más amplio y que desborda al texto musical. Las relaciones entre blanco y negros en una ciudad como San Francisco se inscriben dentro de un marco social determinado; tanto el enunciador, al elegir uno u otro géneros musicales, como el destinatario, en tanto realiza inferencias a partir de la información textual, no están únicamente dentro del mundo de sentido del género, sino que este forma parte a su vez de un marco más amplio que determina las reglas de relación entre ambas comunidades. En la representación que el anuncio hace de este marco, los negros “necesitan” ofrecer una imagen de peligrosidad y para ello recurren al rap en tanto que su honorabilidad está enraizada en su peligrosidad y rechazo al mundo blanco, mientras que el peatón, al conocer sólo un aspecto del trabajo textual de los negros del coche, -que nosotros, en tanto espectadores, si conocemos- es obligado a realizar ciertas inferencias que le hacen ver a esos tres chicos como representativos de la imagen estereotipada del negro peligroso. Las relaciones de desconfianza entre las comunidades raciales, las distintas construcciones de lo que significa para cada una ser respetable, la construcción del otro antes y después del encuentro cara a cara, pertenecen al marco social dentro del cual el uso de dos géneros musicales diferentes

Semiótica de la comunicación de masas

Grado en Periodismo. Obligatoria. 6 créditos ECTS

cobra una dimensión significativa profunda más allá de su construcción como objeto musical y estético.

En tanto la sociedad cambia a un ritmo diferente que los géneros musicales, estos, en su entrecruzamiento con los marcos sociales, son redefinidos. Así, una música como el ska, nacido de la hibridación entre las sonoridades del reggae y del punk y fuertemente inserta en sus orígenes en cierta cultura de clase contestataria, es ahora una música que implica simplemente diversión. Es lo que Hedbige (1979: 84) ha bautizado como la tensión entre coyuntura y especificidad, puesto que cada género, a la manera de las subculturas, “representan un momento distintivo, una respuesta particular a un conjunto particular de circunstancias”

REFERENCIAS

- Bajtin, Mijail. 1989. *Teoría y estética de la novela*. Madrid. Taurus.
- Burgelin, Oliver. 1974 *La comunicación de masas*, Barcelona. ATE
- Castañares, Wenceslao. 1995 . “El discurso televisivo y sus géneros”. Inédito
- Fabbri, Franco. 1981 “A Theory of musical genres: two applications”, en Horn, D y Tagg, P (eds) *Popular music perspectives*. Goteborg and Exeter. IASPM
- Frith, Simon. 2001 [1987] “Hacia una estética de la música popular” en *Las culturas musicales. Lecturas en etnomusicología*. Madrid. Trotta
- Frith, Simon. 1996. *Performing rites*. Oxford. Oxford University Press
- Frith, Simon. 1981. *Sound effects. Youth, leisure and the politics of rock’nroll*. New York. Pantheon
- Frith, Smon. 1978. *Sociology of rock*. London. Constable
- Hebdige, Dick: 1979. *Subcultures. The meaning of style*. Londres. Methuen
- Lozano, Jorge; Peñamarín, Cristina; Abril, Gonzalo. 1997. *Análisis del discurso*. Madrid. Cátedra